



Aalborg Universitet

AALBORG UNIVERSITY
DENMARK

Værktøj til oplevelsesøkonomisk effektvurdering

Sådan vurderer du effekterne af et oplevelsesøkonomisk projekt

Jessen, Line Bjerregaard; Nielsen, Anna Porse; Jensen, Jens F.

Publication date:
2011

Document Version
Også kaldet Forlagets PDF

[Link to publication from Aalborg University](#)

Citation for published version (APA):

Jessen, L. B., Nielsen, A. P., & Jensen, J. F. (2011). *Værktøj til oplevelsesøkonomisk effektvurdering: Sådan vurderer du effekterne af et oplevelsesøkonomisk projekt*. Aalborg Universitetsforlag.

General rights

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal -

Take down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us at vbn@aub.aau.dk providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Værktøj til

Oplevelses økonomisk effekt vurdering

Line Bjerregaard Jessen, Manto A/S

Anna Porse Nielsen, Manto A/S

Jens F. Jensen, ApEx & InViO

Værktøj til oplevelsesøkonomisk effektivvurdering

Sådan vurderer du effekterne af et oplevelsesøkonomisk projekt

Line Bjerregaard Jessen, Anna Porse Nielsen & Jens F. Jensen

© 2011 Forfatterne og Aalborg Universitetsforlag

Udgiver: Aalborg Universitetsforlag

ISBN 978-87-7112-016-5

Distribution

Aalborg Universitetsforlag

Skjernvej 4A, 2. sal

9220 Aalborg Øst

Tlf.: 99407140/99407141

e-mail: aauf@forlag.aau.dk

forlag.aau.dk

Udarbejdet af

Manto A/S,

ApEx (Center for anvendt oplevelsesøkonomi) og

InViO (Innovationsnetværk for Vidensbaseret Oplevelsesøkonomi)

Manto A/S

Knabrostræde 30, 1. sal

1210 København K

Denmark

Phone: +45 3311 0111

www.manto-as.dk

ApEx

Kroghstræde 1

9220 Aalborg Øst

Denmark

Phone: +45 9940 9028

www.apex-center.dk

InViO

Kroghstræde 1

9220 Aalborg Øst

Denmark

Phone: +45 9940 9028

www.invio-net.dk

DEN EUROPÆISKE UNION

Den Europæiske Fond
for Regionaludvikling



Vi investerer i din fremtid



Værktøj

til
oplevelsesøkonomisk
effektvurdering

Sådan vurderer du effekterne af
et oplevelsesøkonomisk projekt

- 1 Om baggrunden
- 2 Det kan værktøjet bruges til
- 3 Derfor er der et behov for et værktøj
- 4 Design det gode projekt
- 5 Sådan vurderer du effekterne

1 Om baggrunden

ApEx har i forbindelse med et projekt under den europæiske regionalfond fået til opgave at udvikle en ny evalueringsmodel og -metode for oplevelsesøkonomiske tiltag: En oplevelsesøkonomisk effektvurdering.

ApEx er derfor gået i samarbejde med Manto om løsningen af opgaven.

I processen er også InViO – Innovationsnetværk for Videnbaseret Oplevelsesøkonomi - blevet inddraget som sparringspartner. InViO vil herudover anvende og videreudvikle modellen fortløbende.

Baggrund

Der har gennem de sidste 10 år været igangsat en lang række oplevelsesøkonomiske projekter, men det har ofte været svært efterfølgende at dokumentere effekterne.

I de seneste år har der yderligere været knappe midler og dermed et øget behov for at prioritere og synliggøre effekterne.

Der er derfor opstået et øget behov for at kunne dokumentere virkningerne af projekter i oplevelsesøkonomiske effektvurderinger.

Opgaven er derfor at udvikle en model for effektvurdering, der viser, hvordan offentlige investeringer i oplevelsesøkonomiske projekter omsættes til regionaløkonomiske og kulturelle effekter.

Der er to konkrete resultater af projektet: Et værktøj og en model.

Værktøj til oplevelsesøkonomisk effektvurdering er en lettilgængelig introduktion, der kan bruges til fremadrettet at opsætte mål og succeskriterier for oplevelsesøkonomiske projekter.

Oplevelsesøkonomisk effektvurdering. Model og eksempler, er en model, der kan anvendes til at vurdere effekterne af igangværende eller gennemførte oplevelsesøkonomiske projekter.

Værktøj til oplevelsesøkonomisk effektvurdering indgår samtidig som bilag til rapporten.

2 Det kan værktøjet bruges til

Både rapporten og værktøjet kan downloades gratis fra Aalborg Universitetsforlags hjemmeside www.forlag.aau.dk.

Det er vores forhåbning, at værktøjet vil blive alment udbredt og anvendt af både projektholdere, projektledere og projektansøgere og skabe grundlag for en mere veldokumenteret argumentation for investeringer i oplevelsesøkonomiske projekter.

God læselyst

Line Bjerregaard Jessen, Manto A/S
Anna Porse Nielsen, Manto A/S
Jens F. Jensen, ApEx & InViO

Modellen kan bruges til at vurdere udbyttet af oplevelsesøkonomiske projekter. Det er testet på konkrete projekter og diskuteret med både praktikere, embedsmænd og teoretikere.

Værktøj er tiltænkt både projektholdere og projektledere/projektansøgere i dialogen omkring projektet.

Værktøjet kan bruges i dialogen med dem, der bevilliger projektmidler, til at udvikle og designe projekter og til at vurdere deres effekter.

3 Derfor er der et behov for et værktøj

4 Design det gode projekt

I vores arbejde med projekter inden for oplevelsesøkonomien ser vi alt for ofte, at der ikke er tydelig sammenhæng mellem de resultater og effekter, som man ønsker at opnå, og de aktiviteter, der er sat i gang.

Et klassisk dilemma i den forbindelse er, at ansøger overdriver de forventede resultater og effekter for at sikre finansieringen. Det betyder, at projekterne nogle gange ender med at få en dårlig evaluering, fordi målsætningerne ikke er blevet indfrie.

Samtidig er der ofte kvalitative effekter, som ikke kommer med i vurderingen. Det betyder, at oplevelsesøkonomiske projekter risikerer at blive vurderet på et skævt grundlag og ikke får den anerkendelse, som de fortjener.

Oplevelsesøkonomiske projekter risikerer altså at opbygge et dårligt ry på et forkert grundlag. Det skal værktøjet hjælpe med at råde bod på.

4¹. Skab overblik med projektets logiske model

4². Opstil resultater og effekter

4³. Fokuser på projektets vigtigste effekter

4⁴. Underbyg med en forandringsteori

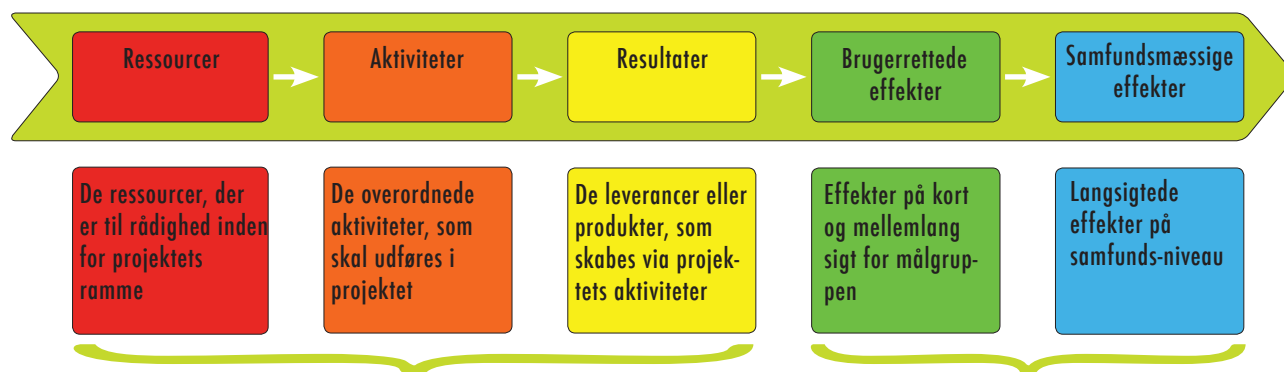
4⁵. Arbejd bagud gennem den logiske model

4⁶. Opsummering: Det gode projekt kort fortalt

4¹

Skab overblik med projektets logiske model

Den logiske model viser sammenhængen mellem projektets centrale faktorer og kan betragtes som et målhierarki fra ressourcer over aktiviteter og resultater til effekter.



Inden for projektperioden bruges ressourcerne til at lave aktiviteter, der skaber projektets umiddelbare resultater.

Projektets resultater skaber effekter for målgruppen. Nogle effekter vil begynde at vise sig i løbet af projektet. Andre vil først optræde efter projektets ophør. Samfundsmæssige effekter viser sig først 3-5 år efter projektet eller senere.

Figur 4.1 Den logisk model

4²

Opstil resultater og effekter

Frem for kun at se på umiddelbare resultater i form af fx kvantitative procesmål, viser effekterne på længere sigt den reelle værdi af et projekt.

Resultater

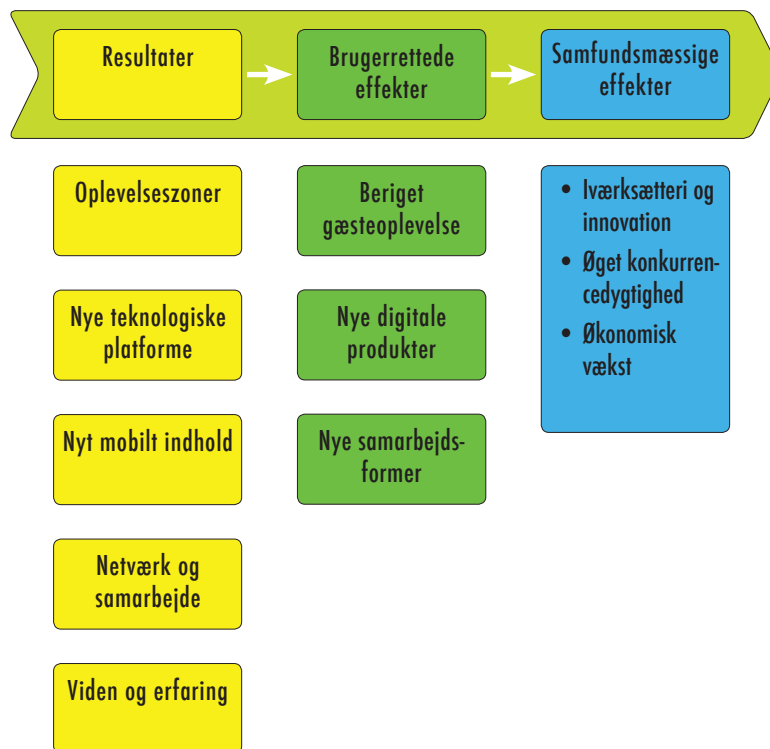
Er typisk konkrete produkter af projektets aktiviteter.

Brugerrettede effekter

Er værdifulde forandringer for målgruppen, der rækker ud over projektets levetid.

Samfundsmæssige effekter

Er direkte forbundet med projektets formål og påvirker ikke kun målgruppen. Typisk sigter et projekt mod 1-3 centrale effekter.



Figur 4.2: Eksempel på resultater og effekter - MoOZ

4³

Fokuser på projektets vigtigste effekter

Oplevelsesøkonomiske projekter kan potentielt have mange effekter. Det er vigtigt, at den logiske model fokuserer på de brugerrettede og samfundsmæssige effekter, som er direkte relaterede til projektet.

Vælg effekter, som er direkte relaterede til projektets:

Formål – så du vurderer de effekter, der er centrale for projektet

Målgruppe – så du kan undersøge adfærdssændringer

Aktiviteter – så effekterne kan kobles til projektets indhold

Brugerrettede effekter

Eksempler på brugerrettede effekter kan være:

Økonomisk vækst – kan eksempelvis være: Højere omsætning, nye arbejdspladser, nye virksomheder, ny kapital, øget eksport.

Konkurrencekraft – i form af fx: Innovation på baggrund af ny viden, kompetencer og metoder, nye

produkter eller services, nye organisationsformer, nye samarbejdsformer, netværk og klynger.

Udvikling af et **attraktivt geografisk område** for især borgere, turister og kreative erhverv – kan være: Gode oplevelsestilbud, udvikling af by/landskabsrum, styrket socialt fællesskab.

Forbedring af rammevilkår for aktører inden for oplevelsesøkonomien.

Samfundsmæssige effekter

På samfundsmæssigt niveau er der typisk tale om to typer af effekter:

Regionaløkonomiske effekter – kan eksempelvis være: Økonomisk vækst, iværksætteri og kreativitet, bosætning, attraktionskraft for erhvervslivet, øget konkurrencedygtighed, effektivisering og internationalisering.

Kulturelle effekter – kan eksempelvis være: Dannelse, mening og identitet, social sammenhængskraft, øget velfærd og livskvalitet samt mangfoldighed.

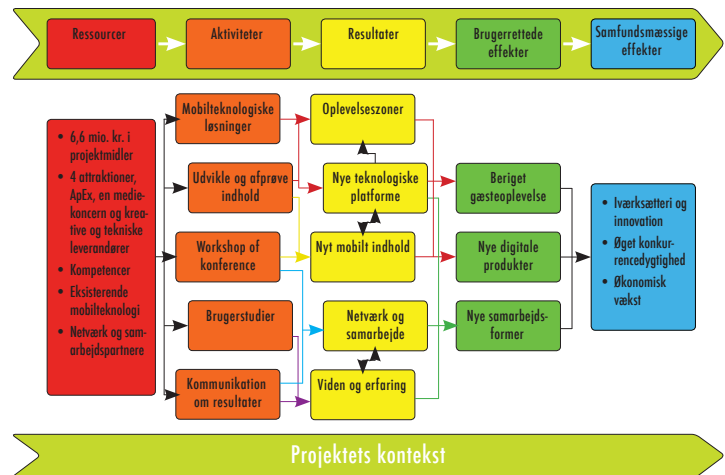
4

Underbyg med en forandringsteori

En forandringsteori er de samlede forestillinger om årsag og virkning i projektet – altså hvad der fører til hvad inden for den logiske model.

Udbyg den logiske model – dan relationer fra aktiviteter til resultater, o.s.v. ud fra, hvad der er nødvendigt på ét niveau for at opnå det næste.

Beskriv de kritiske antagelser i kæden – altså hvis vi sætter denne aktivitet i gang, så fører det til denne effekt, fordi sådan og sådan.



Figur 4.4: Eksempel på forandringsteori for et oplevelsesøkonomisk projekt - MoOZ

I eksemplet er der lavet relationer mellem bestemte aktiviteter, resultater og effekter.

Derudover er projektets kontekst tilføjet. Konteksten er relaterede initiativer og strategier, der påvirker projektet.

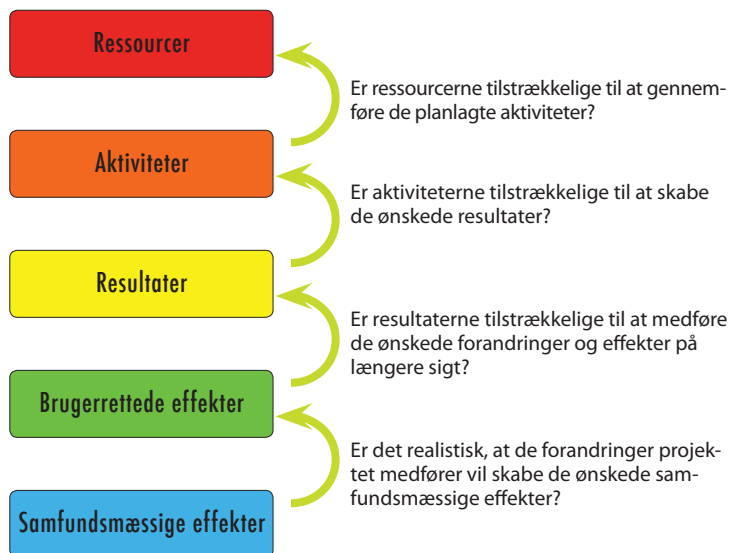
4⁵

Arbejd bagud gennem den logiske model

Den logiske model skal have sammenhæng bagudrettet, så der er en realistisk forbindelse fra de samfundsmæssige effekter til projektets aktiviteter og ressourcer.

Arbejd dig bagud gennem hvert skridt i forandringsteorien. Start fra de samfundsmæssige effekter, som projektet sigter mod.

Tjek at hvert skridt er det rette og tilstrækkeligt for at opnå det næste.



Figur 4.5: Kriterier til effektiv vurdering

4⁶

Opsummering: Det gode projekt kort fortalt

Den logiske model

Opstil en logisk model for projektet, der viser sammenhæng mellem projektets aktiviteter, resultater og effekter.

Resultater og effekter

Resultater og effekter af projektet er to forskellige ting. Effekterne beskriver de forandringer og den værdi, som resultaterne medfører.

De vigtigste faktorer

Gennemgå modellen, så den kun indeholder de effekter, der kan forbindes direkte med projektets formål og aktiviteter. Udelad effekter med begrænset forbindelse til projektets formål. De viser ikke projektets reelle værdi.

Forandringsteori

Underbyg modellen med en forandringsteori. Forandringsteorien beskriver antagelserne om årsag og virkning i projektet. En veludviklet forandringsteori gør det nemmere at lave et godt undersøgelsesdesign, som kan vise effekterne.

Arbejd bagud i modellen

Tjek sammenhængen bagudrettet. Start fra samfundsmæssige effekter og sørg for at alle led hænger realistisk sammen. Hvert niveau i modellen skal indeholde de elementer, der skal til for at opnå det næste niveau.

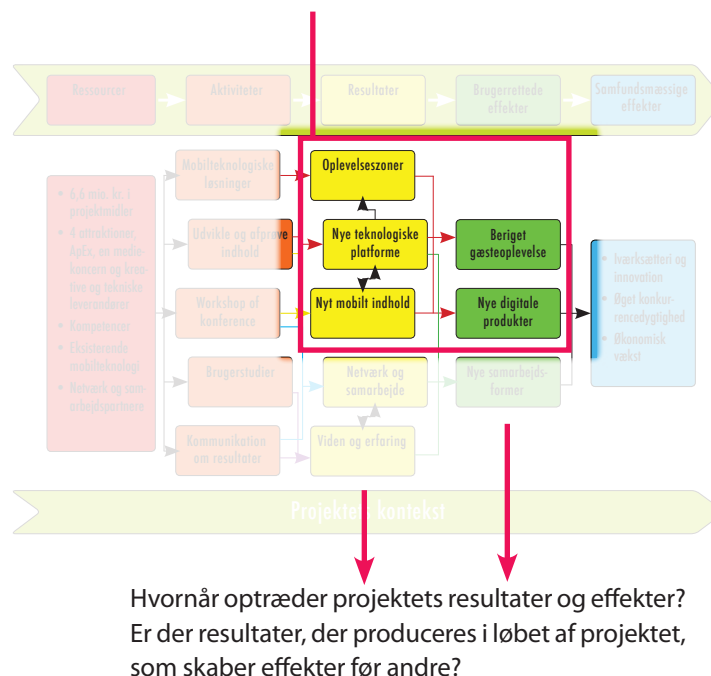
5 Sådan vurderer du effekterne

Den logiske model og forandringsteorien er udgangspunktet for at lave et godt undersøgelsesdesign. Forandringsteorien beskriver, hvordan projektets aktiviteter fører til ændringer for målgruppen, og det skal bruges til at udvikle en måling og vurdere projektets effekter.

Brug den logiske model til at identificere, hvad du skal undersøge og måle.

Niveauerne i modellen viser på hvilke tidspunkter i projektets forløb, det er muligt at undersøge effekterne.

Hvilke effekter skabes af hvilke resultater? Og hvordan hænger de sammen?



Figur 5.0: Overblik over resultater og effekter

Lav dit undersøgelsesdesign

5¹. En eller flere målinger?

5². Opstil indikatorer

5³. Spørgeskema eller interviews

5⁴. Find de temaer, der skal spørges ind til

5⁵. Vælg de rette kilder

5⁶. Foretag en samlet vurdering

5⁷. Sandsynliggør de samfundsmæssige effekter

5¹

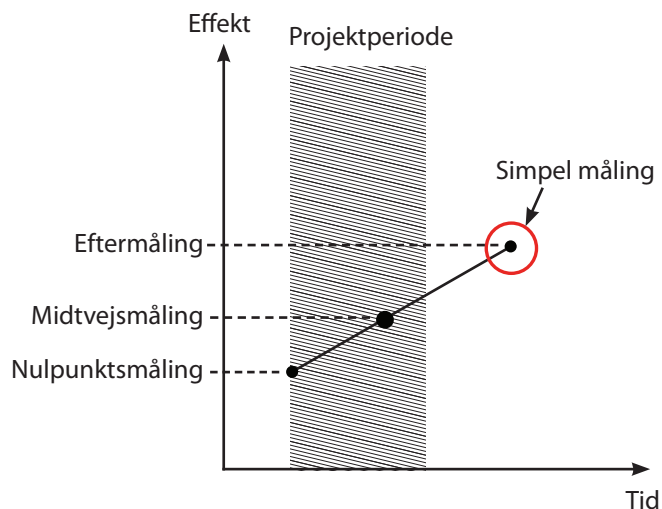
En eller flere målinger?

En måling er et situationsbillede ved projektet start, midte og/eller efter afslutning af projektet. Den gennemføres ved at måle på niveauet og kvaliteten inden for de områder/emner, hvor man forventer effekter for målgruppen.

Der er grundlæggende to veje at gå, når man vil foretage en effektvurdering på baggrund af monitoring:

Simpel måling: En enkelt måling efter projektets afslutning. Forholdsvist enkel at gennemføre, men med lav præcision. Vælges typisk, når der ikke er lavet en nulpunktsmåling.

Flere målinger: Måling ved opstart og/eller midtvejs og igen efter afslutning af projektet. (Alternativt ved at gennemføre to tidsforskudte efter-målinger). Kan bruges til at vise den udvikling (marginalændring), der har fundet sted. Er mere omkostnings tungt.



Figur 5.1: Forskellige typer målinger

5²

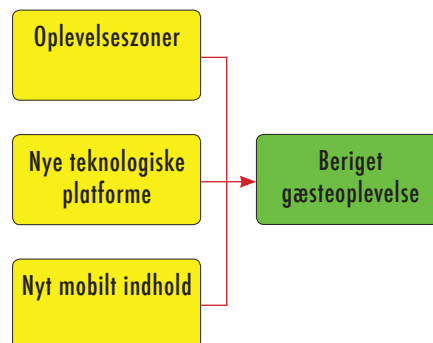
Opstil indikatorer

En indikator bruges til at vise, hvorvidt og hvordan projektets resultater har medført forandringer for målgruppen i retning af de ønskede effekter. Indikatoren skal altså sandsynliggøre omfanget af de tilsigtede effekter. Det er derfor vigtigt, at de indikatorer, du vælger at bruge, er entydige og viser en tydelig sammenhæng.

Tag udgangspunkt i de forandringer, som resultaterne vil skabe hos målgruppen: Hvilke forandringer og adfærdsændringer skal finde sted for, at effekterne vil blive opnået?

Find tegn og ledetråde, der fortæller noget om forandringen. Tænk på, hvad der karakteriserer den effekt, du ønsker at opnå: Hvad ønsker du mere/minde af som en del af effekten?

Mål: Gennem mobilbaserede tjenester skal der skabes bedre oplevelser for gæsterne ved en attraktion.



Mulige indikatorer

- Oplevelsens kvalitet
- Publikumstilfredshed
- Opholdslængde på attraktionen
- Antal genbesøg
- Anbefalinger af attraktionen til andre
- Betalingsvillighed

Figur 5.2: Eksempler på indikatorer for beriget gæsteoplevelse - MoOZ.

5³

Spørgeskemaer eller interviews

Selve målingen eller målingerne kan man gennemføre som en spørgeskemaundersøgelse og/eller på baggrund af kvalitative interviews.

Spørgeskemaundersøgelse: Bruges i de tilfælde, hvor der er mange aktører involveret i projektet og/eller man har et rimeligt klart billede af sammenhænge mellem årsag og virkning.

Kvalitative interviews: Bruges, hvor der er et forholdsvist begrænset antal aktører, og/eller det er vanskeligt at fastlægge sammenhænge mellem årsag og virkning.

5⁴

Find de temaer, der skal spørges ind til

Udførelse og relevans

- Hvilke konkrete resultater har aktiviteterne ført til i forhold til...?
- I hvilken grad og hvordan er de medførte resultater relevante for ...?

Forandring

- Hvilke forandringer har resultaterne medført for ... ?

Værdi

- I hvor høj grad forventer ... at de nye ... vil påvirke...?
- I hvor høj grad vil ... være villige til at betale mere for ... på baggrund af de nye... ?

Udbredelse og holdbarhed

- I hvor høj grad er ... integreret i...?
- I hvilken grad forventer ... at opleve varige adfærdssændringer hos...?
- I hvor høj grad bliver ... understøttet eller modarbejdet af projektets kontekst i form af beslægtede initiativer hos...?

5⁵ Vælg de rette respondenter

Uanset om man vælger en kvantitativ og/eller en kvalitativ måling med henblik på at kunne vurdere effekterne af projektet, er det de samme respondenter, som er relevante. Nemlig en kombination af:

Projektpartnere (kender projektet bedst, men er ikke uafhængige).

Slutbrugere (fokus på den samlede oplevelse og projektets værdi som bruger, men uden det store kendskab til projektet).

Interessenter omkring projektet (forskellige blik på motiver og udbytte af projektet).

Ekspert inden for feltet (uafhængig ekspertviden omkring projektets effekter).

5⁶ Foretag en samlet vurdering

Målingen giver svar på, hvordan projektet har skabt forandringer for målgruppen, og hvilken værdi, det har tilført. Ud fra svarene foretages en samlet vurdering af de brugerrettede effekter, projektet har tilvejebragt.

Vurder effekterne ved at se på det samlede niveau af forandringer og værdi, og hvor holdbare forandringerne er. Brug de konkrete kvantitative og/eller kvalitative data som udgangspunkt.

Er der foretaget flere målinger sammenholdes niveauet af effekt mellem de to målinger. Den effekt og tilførte værdi, der kan forbindes til projektets aktiviteter, viser den faktiske marginale effekt af projektet.

5⁷

Sandsynliggør de samfundsmæssige effekter

Det er ikke muligt på baggrund af modellen umiddelbart at måle de samfundsmæssige effekter af et projekt. Du kan undersøge og vurdere effekterne af projektet på brugerniveau – altså de effekter, som optræder for projektets målgruppe. Herefter må du lave en kvalificeret vurdering af projektets sammenhæng med det samfundsmæssige niveau ved at trække på eksisterende viden inden for feltet:

Find eksisterende data, undersøgelser eller casestudier, der viser hvordan ændringer i fx en bestemt branche, type af virksomheder eller særlige kunder påvirker samfunds niveau og relater det til din effektvurdering.

Brug eksisterende litteratur og teori til at understøtte sammenhængen i din forandringsteori.

